

PEMODELAN TATA KELOLA SEKOLAH YANG BAIK PASCA RINTISAN SEKOLAH BERTARAF INTERNASIONAL (RSBI) DI KOTA TASIKMALAYA

Oleh:

Dedi Kusmayadi, Dedi Rudiana, Jajang Badruzaman
Fakultas Ekonomi, Universitas Siliwangi

ABSTRACT

Decline Indonesia's position in the ranking of world education index indicates the poor quality of education in Indonesia. The quality of human resources is generated increasingly lagging behind. In the national education system needs to be developed to maintain the quality of national education and trusted in the community is that the application of a good school governance

The purpose of this research is a model of school management post RSBI good and quality in Tasikmalaya. Specific target of this study is the first: to identify important factors of school governance RSBI good post. Second, how to influence school management model RSBI good post on satisfaction and loyalty communities.

The population in this study were all students, parents and school administrators post RSBI contained in Tasikmalaya. Samples were conducted with a purposive sampling that samples taken based on certain criteria and relevant to the purpose of research. The method used is qualitative approach is needed to find the key factors in the governance of post RSBI schools through in-depth interviews with respondents, while the quantitative approach is needed to determine the effect of post RSBI school management model that both the satisfaction and loyalty of the people in the town of Tasikmalaya. The research proves that school governance including transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness effect on customer satisfaction and loyalty.

Keywords: *corporate governance, satisfaction, loyalty*

PENDAHULUAN

Kemajuan suatu bangsa ditentukan oleh kualitas pendidikan nasional dan sumber daya manusianya. Kualitas pendidikan nasional dapat dicapai melalui manajemen sekolah yang komprehensif, salah satunya adalah tata kelola sekolah yang baik. Dalam tata kelola organisasi yang baik diperlukan adanya transparansi dan akuntabilitas publik. Terpuruknya posisi Indonesia dalam peringkat indeks pendidikan dunia dari posisi 58 ke posisi 62 (2011) dari 130 negara berdasarkan laporan UNESCO, adalah cermin rendahnya kualitas pendidikan di Indonesia. Kualitas sumber daya manusia yang dihasilkan sebagai *output* sistem pendidikan di Indonesia dibandingkan dengan negara lain semakin mengalami ketertinggalan. Akibatnya, daya saing di kawasan Asia saja Indonesia tak pernah siap, apa lagi tingkat dunia. Bahkan dalam *Programme for International Student Assessment*

(PISA) tahun 2010, Indonesia berada di urutan ke-38 dari 40 negara dalam bidang matematika, IPA, maupun membaca. Terkait dengan kondisi tersebut, Pemerintah Indonesia perlu menyiapkan SDM yang unggul lewat pembenahan sistem pendidikan nasional. Sejalan dengan semangat pendidikan nasional yaitu setiap warga negara mempunyai hak sama untuk memperoleh pendidikan yang bermutu (UU SISDIKNAS NO.20/2003 BAB IV Pasal 5 ayat 1) maka pendidikan nasional perlu melakukan upaya manajemen pendidikan yang melahirkan lulusan yang kompeten, cakap, kreatif, mandiri, dan bertanggung jawab. Sekolah-sekolah yang akan menjadi pemenang pada abad ini, hanyalah sekolah yang mempunyai kinerja tinggi dan respons terhadap perubahan lingkungan.

Dalam sistem pendidikan nasional terdapat subsistem yang perlu dikembangkan untuk menjaga pendidikan nasional terpercaya di masyarakat yaitu tata kelola sekolah yang baik, yang didasarkan pada transparansi dan akuntabilitas. Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2008 tentang pendanaan pendidikan Bab I pasal 2 dinyatakan bahwa pendidikan menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat. Setiap kabupaten/kota terdapat program Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (RSBI) untuk mengembangkan sumber daya manusia terbaik sebagai pewaris masa depan bangsa. Sumber pembiayaan sekolah pasca RSBI ini berasal dari APBN, APBD tingkat I dan APBD tingkat II serta masyarakat termasuk orang tua siswa. Namun saat ini program Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (RSBI) mengalami stagnasi dan dibubarkan.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Menurut Solomon and Solomon (2004) terdapat dua sudut pandang *corporate governance*, yaitu dalam sudut pandang sempit dan luas. *corporate governance* berdasarkan sudut pandang sempit adalah sebagai hubungan antara perusahaan (pengelola) dengan pemegang saham (pemilik). *Corporate governance* menurut sudut pandang luas adalah hubungan antara perusahaan (satu unit ekonomi) dengan pemegang saham, juga antara pengelola dengan *stakeholders* lain, seperti : karyawan, pelanggan, pemasok dan sebagainya. Berdasarkan uraian ini, Solomon and Solomon (2004) mendefinisi *corporate governance* sebagai suatu *check and balance*, baik internal maupun eksternal yang menjamin, bahwa perusahaan menjalankan akuntabilitas kepada seluruh *stakeholder* dan tanggung jawab secara sosial terhadap semua aktifitas perusahaan.

Dedi Kusmayadi (2007) mengemukakan beberapa hal penting penerapan *good corporate governance* bagi sebuah organisasi yakni: a) menciptakan daya tarik bagi investor bahwa investasi mereka akan aman dan dikelola secara efisien, terbuka di dukung proses yang akuntabel; b) mendorong menciptakan daya saing operasi; c) meningkatkan pertanggungjawaban dan kinerja yang memungkinkan kepercayaan terhadap pengelolaan organisasi; d) dan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas penggunaan sumber daya. Komite Nasional Kebijakan *corporate governance* (2006), ada beberapa manfaat yang dapat kita ambil dari penerapan *good corporate governance*, antara lain: 1) meningkatkan kinerja perusahaan; 2) mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih

murah yang pada akhirnya akan meningkatkan *corporate value*; 3) mengembalikan kepercayaan investor untuk kembali menanamkan modalnya di Indonesia; dan 4) pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus akan meningkatkan *Shareholders's value* dan deviden.

Pelaksanaan *corporate governance* yang baik adalah merupakan langkah penting dalam membangun kepercayaan pasar (*market confidence*) dan mendorong arus investasi internasional yang lebih stabil, bersifat jangka panjang. Dalam *positivist agency theory* lebih menfokuskan pada identifikasi situasi ketika agen dan principal mempunyai tujuan yang berbeda dan kemudian menjelaskan mekanisme *governance* yang dapat membatasi *self interest* dari agen. Aliran ini membahas tentang hubungan keagenan antara pemegang saham dan manajer. Teori ini dikembangkan oleh Jensen and Meckling (1976), Solusi untuk mengurangi konflik keagenan antara manajer dan pemegang saham adalah kepemilikan ekuitas (Jensen and Meckling, 1976).

Dalam teori keagenan dijelaskan bahwa secara ideal agen dapat dipercaya untuk melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya dengan baik. Namun kenyataannya, adanya informasi yang asimetri dimana agen mempunyai informasi yang lebih banyak dibanding pemilik, membuat agen menggunakan kekuatan yang mereka miliki untuk mengutamakan kepentingan mereka dibanding kepentingan pemilik (Jensen, 1976).

Penelitian tentang persepsi pengelolaan sekolah pasca RSBI yang mendapat kucuran dana dari APBN maupun APBD di Kota Tasikmalaya tentang pengelolaan Sekolah oleh Dedi Kusmayadi (2010) menghasilkan kesimpulan bahwa pengelola dana APBN dan APBD dan sumbangan dari orang tua siswa dalam bentuk SPP maupun sumbangan institusi di Kota Tasikmalaya sangat setuju bila pengelolaan sekolah lebih kreatif dan terprogram secara baik. Dalam penelitian tersebut direkomendasikan bahwa dibutuhkan tata kelola sekolah pasca RSBI yang transparan dan akuntabel serta terpercaya agar dihasilkan lulusan yang berkualitas. Selain dari itu manajemen berbasis sekolah hendaknya dapat mencari sumber dana sendiri dan dialokasikan secara transparan demi pertanggungjawaban. Kemudian penelitian Dedi Kusmayadi (2012), mengenai penerapan *good corporate governance* terhadap kinerja, menunjukkan bahwa penerapan *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Bank Milik Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil penelitian Abu Baker dan Chaider (2009) pandangan masyarakat terhadap transparansi dan akuntabilitas dapat dilihat sebagai berikut : kepercayaan masyarakat terhadap organisasi sekolah yang menggunakan dana dengan transparan, penolakan terhadap pengelolaan dana sekolah secara tertutup karena akuntabilitas yang rendah, keinginan untuk mengaudit akademik dan keuangan organisasi sekolah dan mengumumkan hasilnya. Sebanyak 62% responden enggan memberikan sumbangannya kepada organisasi yang mengelola sekolah dengan dengan tidak terbuka karena alasan tanggung jawab (akuntabilitas). Kuatnya rasa tidak percaya pada pengelolaan organisasi sejatinya sejalan dengan pernyataan keinginan masyarakat (63 %) untuk mengetahui apakah pengelolaan dana organisasi mereka benar-benar tepat sasaran. Dengan kata lain

mereka mendambakan organisasi yang akuntabel. Ini juga tercermin dalam keinginan mereka terhadap adanya audit tahunan atas keadaan keuangan organisasi (90%), penyampaian laporan kepada masyarakat (92%). Sejumlah besar masyarakat (88%) memandang perlunya pertanggungjawaban dana yang terkumpul secara transparan.

Naser and Moutinho (1997) menghasilkan penelitian bahwa karya organisasi yang dapat diterima masyarakat merupakan karya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Semakin baik pemenuhan kebutuhan masyarakat maka akan semakin baik dampak pada organisasi dan *stakeholders* dalam pengambilan keputusan.

Levesque and McDougall (1998) menunjukkan bahwa kemampuan organisasi dalam memberikan manfaat sosial pada masyarakat maka akan dapat diterima dimana organisasi itu berada dan masyarakat luas dapat memberikan dukungan positif terhadap kelancaran organisasi.

Secara umum terdapat lima prinsip dasar dari *good corporate governance* yaitu:

1. *Transparency* (keterbukaan informasi), yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengam- bilan keputusan dan keterbukaan dalam menge- mukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.
2. *Accountability* (akuntabilitas), yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.
3. *Responsibility* (pertanggungjawaban), yaitu kese- suaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku.
4. *Independency* (kemandirian), yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundangan-undangan yang ber- laku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
5. *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran), yaitu perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hak- hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian- an serta peraturan perundangan yang berlaku.

Esensi dari *corporate governance* adalah pening- katan kinerja perusahaan melalui supervisi atau pemantauan kinerja manajemen dan adanya akunta- bilitas manajemen terhadap pemangku kepentingan lainnya, berdasarkan kerangka aturan dan peraturan yang berlaku.

Prinsip Kepuasan

Kualitas layanan berhubungan erat dengan kepuasan (*satisfaction*), dimana dimensi-dimensi kualitas layanan pada akhirnya akan menentukan tingkat kepuasan para pelanggannya. Oliver (1997) mengatakan bahwa kualitas merupakan salah satu kunci diantara faktor-faktor yang dijadikan pertimbangan dalam kepuasan pelanggan, menyatakan bahwa kepuasan terhadap suatu jasa berkaitan dengan proses konfirmasi dan diskonfirmasi dengan pengharapan.

Salah satu teknik mengukur kepuasan pelanggan (dalam hal ini kepuasan wisatawan) adalah dengan menggunakan *importance and performance matrices*, yaitu suatu alat analisis yang digunakan dalam *marketing reseacrh* (Zeithaml dan Bitner : 2004). Ada dua aspek dalam penggunaan alat analisis tersebut yaitu *importance* dan *performance*. Tingkat kepentingan pelanggan (*importance*) diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi menurut persepsi pelanggan. Dalam penerapannya digunakan suatu *diagram importance and performance matrices*.

Menurut Zeithaml dkk (2004), ada lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa yaitu :

1. *Tangibles*, yaitu dimensi pelayanan yang berfokus pada elemen-elemen yang merepresentasikan pelayanan secara baik.
2. *Empathy*, yaitu perhatian secara pribadi ke pelanggan. Mis kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi.
3. *Reliability*, kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara tepat.
4. *Responsiveness*, Kesigapan dan ketulusan dalam menjawab pertanyaan.
5. *Assurance*. kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kenyataan yang dirasakan dibandingkan harapannya (Kotler :2009). Kemudian indikator kepuasan konsumen yang digunakan Fornell, et.al (1996) menggunakan 3 item pengukuran kepuasan yaitu *overall satisfaction* (kepuasan pelanggan secara menyeluruh), *confirmation of expectation* (konfirmasi harapan) dan *comparison of ideal* (perbandingan dengan kondisi ideal). Indikator yang dikembangkan oleh Caruana (2000) adalah kepuasan berdasar pengalaman, perbandingan dengan lembaga lain dan kepuasan yang dirasakan. Westbrook (1981) mengembangkan kepuasan dengan menggunakan indikator pilihan terbaik dan bijaksana, kinerja yang benar-benar sesuai kebutuhan, puas terhadap keputusan yang dipilih, perasaan senang (bahagia), pengalaman terbaik dan keyakinan bahwa pembelian yang dilakukan adalah benar.

Prinsip Loyalitas

Loyalitas adalah sejauhmana seorang pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap merek, mempunyai komitmen pada merek tertentu di masa depan (Supranto, 2001). Berdasarkan definisi tersebut loyalitas memiliki makna sikap positif, komitmen dan berniat loyal kepada organisasi. Kepuasan pelanggan (siswa/orang tua siswa) dapat menimbulkan loyalitas. Ketika siswa merasa tidak puas, maka siswa / orang tua siswa akan menunjukkan beberapa tipe respon yang

tidak sama atas ketidak puasannya antara lain dengan: 1) tidak bertindak apapun; 2) beralih ke lembaga pengelola lain; 3) mengajukan keluhan; dan 4) mengatakan kepada orang lain tentang ketidakpuasannya itu (Oliver, 1997).

Indikator Loyalitas akan terwujud pada perilaku yang bersifat senang pada pilihan, pilihan prioritas, memuji; dan merekomendasi pada orang lain; serta melakukan tindakan advokasi. Loyalitas pelanggan merupakan hubungan antara sikap relatif seseorang dan bisnis berulang (Dick dan Basu, 1999), sedangkan yang dimaksud pelanggan yang loyal adalah seseorang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan kepada pelanggan yang lain yang potensial dari mulut ke mulut dan menjadi penangkal serangan dari pesaingnya. Kepuasan konsumen menunjukkan efek positif bagi loyalitas konsumen, loyalitas pelanggan dapat diukur dengan menggunakan indikator-indikator sebagai berikut : 1) Kemauan pelanggan untuk menjadikan perusahaan sebagai pilihan pertama; 2) Kemauan pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh pelanggan; 3) Kemauan pelanggan untuk mengajak orang lain untuk membeli; 4) Kemauan pelanggan untuk menceritakan tentang hal-hal baik mengenai perusahaan (Foster dan Cadogan, 2000). Kotler dan Keller (2009), mengatakan bahwa untuk mengukur loyalitas pelanggan dapat dikategorikan sebagai berikut : 1) *repeat purchase* (melakukan pembelian ulang terhadap produk tertentu); 2) *retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan atau kesetiaan pelanggan terhadap produk); dan 3) *referalls* (mereferensikan secara total eksistensi perusahaan).

Hipotesis: (1) Tata kelola berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen”, (2)Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, (3) Tata kelola dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

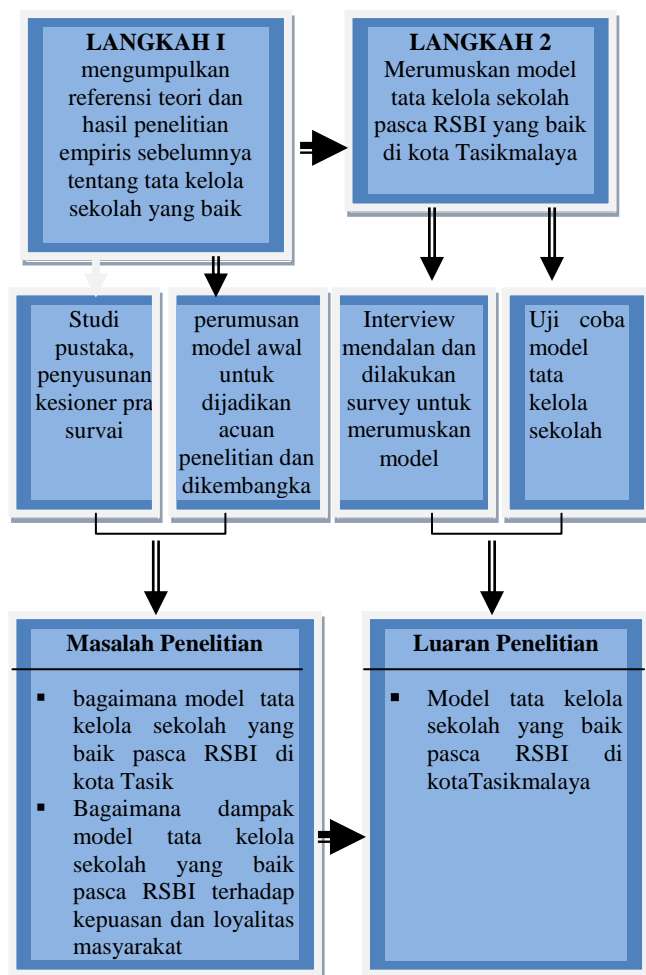
3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif diperlukan dalam hal menemukan faktor-faktor penting dalam tata kelola pasca RSBI yang baik yang kemudian dirumuskan menjadi model tata kelola sekolah pasca RSBI. Metode kuantitatif diperlukan dalam mengetahui pengaruh model tata kelola sekolah yang baik pasca RSBI terhadap kepuasan dan loyalitas masyarakat. Pendekatan yang digunakan deskriptif analitis dengan memfokuskan pada transparansi informasi sekolah, akuntabilitas sekolah dan faktor penting lainnya bila ditemukan dalam penelitian tahun pertama serta dampaknya terhadap kepuasan dan loyalitas masyarakat di Kota Tasikmalaya.

Adapun teknik penelitian yang digunakan adalah penggabungan antara studi literatur, observasi responden, metode wawancara mendalam dan pengisian kuesioner oleh siswa dan orang tua siswa sekolah pasca RSBI di Kota Tasikmalaya. Untuk mengetahui pengaruh model tata kelola sekolah pasca RSBI terhadap kepuasan dan loyalitas masyarakat akan dibantu dengan alat *partial least square* (PLS) untuk mempermudah dalam menganalisis data, dan *Structural Equation Modelling* (SEM).

Bagan alur penelitian yang akan dilakukan merumuskan model pengelolaan sekolah pasca RSBI yang baik. Pemodelan ini didasarkan pada studi

teoretis dan empiris yang menjadi fenomena terhadap pengelolaan sekolah pasca RSBI yang terpercaya. Model ini juga akan dilihat dampaknya terhadap kepuasan dan loyalitas masyarakat pada sekolah pasca RSBI di Kota Tasikmalaya. Bagan alur penelitian tersebut digambarkan pada gambar berikut.



Gambar. 1

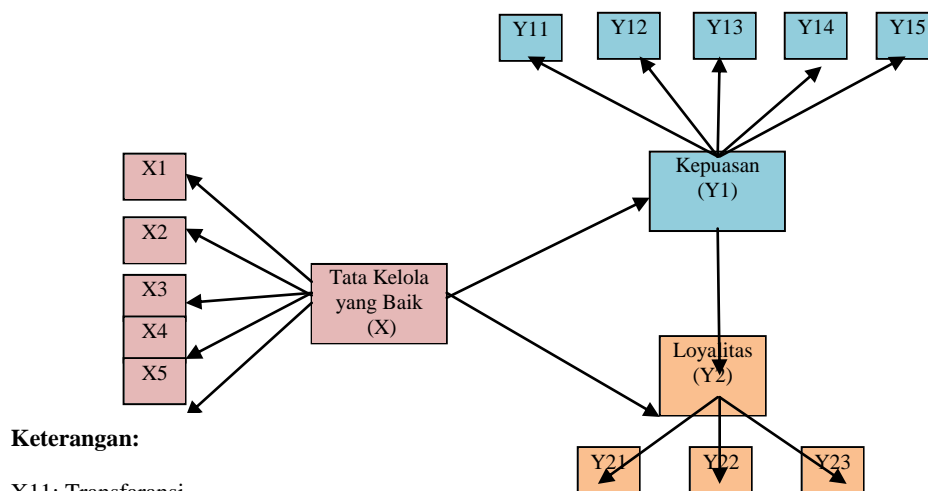
Bagan alir penelitian model tata kelola sekolah pasca RSBI di Tasikmalaya

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi meliputi seluruh siswa/ orangtua siswa dan pengelola sekolah pasca RSBI di Kota Tasikmalaya. Teknik penarikan sampel dengan *purposive sampling*. Pada masing-masing sekolah pasca RSBI di Kota Tasikmalaya akan dipilih responden yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan relevansi penelitian. Kemudian besarnya sampel (*sample size*) mengacu pendapat Hair (2002), yang mengatakan bahwa untuk menggunakan alat analisis *struktural equation modeling* jumlah sampel minimal 100.

Metode Analisis

Untuk mengetahui pengaruh model tata kelola sekolah pasca RSBI terhadap kepuasan dan loyalitas masyarakat di kota Tasikmalaya digunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), sehingga model yang diperoleh lebih akurat dan terukur (Hair: 2002). Rancangan model akhir tahun kedua direncanakan seperti tampak dalam gambar:3.2.



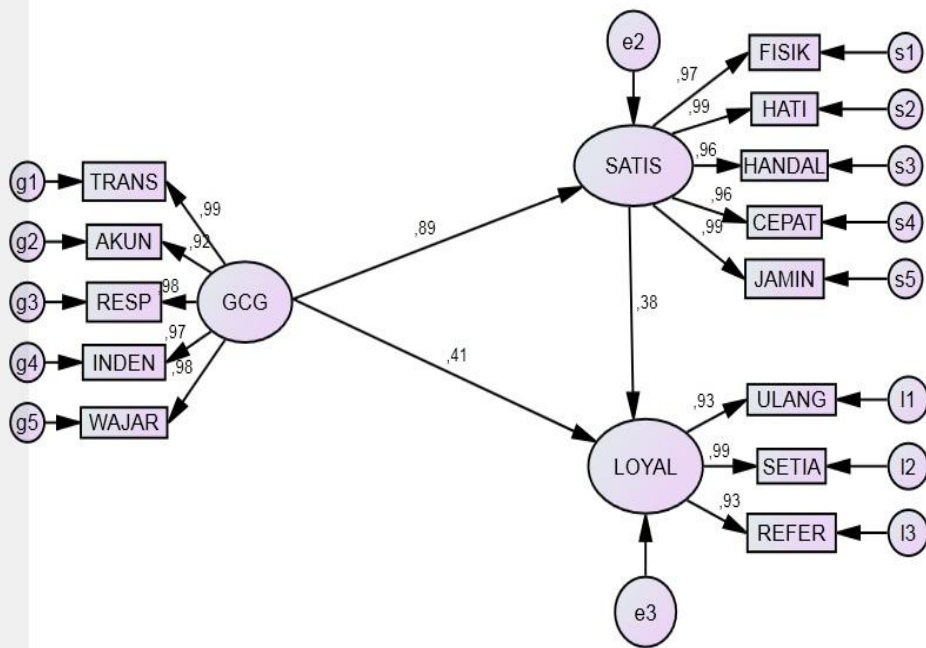
X11: Transfaransi
 X12:akuntabilitas
 X13:responsibility
 X14:independensi
 X15: kewajaran
 Y11:Tangible
 Y12:Emphaty
 Y13:Reliability
 Y14:Responsiveness
 Y15:Assurance
 Y21:Repeat purhase
 Y22:Retention
 Y23:Referlls

Gambar: 2
Rancangan Model Penelitian

Data dan Analisis dengan AMOS

Dalam penelitian ini variabel tata kelola merupakan variabel exogenous yang mempengaruhi variabel kepuasan dan loyalitas dan loyalitas merupakan variabel endogenous, sedangkan variabel kepuasan merupakan variabel intervening karena dapat mempengaruhi loyalitas.

Hasil dari pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, kemudian diolah dengan menggunakan software AMOS ver. 21 dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 3. Struktural Equation Modeling

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Goodness of Fit model

Dalam pengukuran goodness of fit digunakan pengukuran *Convergent Validity*, GFI, CFI (*Comparative Fit Index*), NFI (*Normed Fit Index*).

1. Convergent Validity

Convergent Validity di dalam Amos dapat dilihat berdasarkan loading factor, dimana hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel.1. Hasil Pengujian Convergent Validity

Variabel	Indikator	Loading Factor (>0,5)	Keterangan
GCG	Trans	0,99	Valid
	Akun	0,92	Valid
	Resp	0,96	Valid
	Inden	0,97	Valid
	Wajar	0,98	Valid
SATIS	Fisik	0,97	Valid
	Hati	0,99	Valid
	Handal	0,96	Valid
	Cepat	0,96	Valid
	Jamin	0,99	Valid
LOYAL	Ulang	0,93	Valid
	Setia	0,99	Valid
	Refer	0,93	Valid

Dalam mengevaluasi model pengukuran difokuskan kepada pengujian validitas dan reliabilitas indikator-indikator dari suatu konstruk. Pada model yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh hasil perhitungan faktor loading lebih besar dari 0,5 artinya seluruh indikatornya adalah valid dan layak dalam menentukan konstruksya.

Untuk pengukuran composite reliability dari variabel latent bisa dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel. 2. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Tata Kelola (GCG)	0,9868	Reliabel
Kepuasan (Satis)	0,990	Reliabel
Loyalitas (Loyal)	0,9645	Reliabel

Composite Reliability masing-masing variabel sangat bagus ($>0,7$) artinya indikator-indikator pada masing-masing variabel memberikan ukuran yang reliabel.

2. GFI (Goodness of Fit Indices)

GFI merupakan suatu ukuran mengenai ketepatan model dalam menghasilkan observed matriks kovarians. Dari hasil perhitungan dalam penelitian ini diperoleh nilai GFI sebesar 0,835. Walaupun masih dibawah sedikit standar yaitu sebesar 0,9 akan tetapi masih dalam batas toleransi untuk menyatakan bahwa model tersebut fit.

3. CFI (*Comparative Fit Index*)

Suatu model dikatakan baik apabila memiliki nilai CFI yang mendekati 1 dan 0,9 adalah batas model fit. Dalam penelitian ini menghasilkan nilai CFI sebesar 0,957 dan dapat dikatakan bahwa model adalah fit.

NFI (Normed Fit Index).

NFI digunakan untuk mengatasi permasalahan kompleksitas model. Model dikatakan fit apabila memiliki nilai lebih besar dari 0,9. Pada penelitian ini diperoleh nilai NFI sebesar 0,950. Nilai tersebut lebih besar dari 0,9 dan dikatakan bahwa model adalah fit.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan tahapan : (1) Menguji hipotesis pertama yang dinyatakan bahwa “tata kelola berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen”, (2) Menguji hipotesis kedua yaitu kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, (3) Tata kelola dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Pengaruh Tata Kelola terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengujian hipotesis pertama dengan menggunakan SEM dilakukan untuk menguji pengaruh tata kelola terhadap loyalitas konsumen pada pasca rintisan RSBI di Kota Tasikmalaya. Hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program AMOS ver 9.1. diperoleh hasil seperti yang terlihat pada Tabel berikut.

Tabel. 3. Standardized Regression
Tata Kelola terhadap Kepuasan

			Estimate
SATIS	<---	GCG	,891
WAJAR	<---	GCG	,976
INDEN	<---	GCG	,974
RESP	<---	GCG	,980
AKUN	<---	GCG	,921
TRANS	<---	GCG	,989
FISIK	<---	SATIS	,971
HATI	<---	SATIS	,992
HANDAL	<---	SATIS	,957
CEPAT	<---	SATIS	,965
JAMIN	<---	SATIS	,995

Dengan demikian bahwa pengaruh Tata Kelola yang terdiri dari transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, serta kewajaran terhadap kepuasan konsumen adalah positif dan signifikan sebesar 89,1 persen (dimana $t_{hitung} = 28,219$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,645$). Sedangkan pengaruh variable lainnya yang tidak diuji dalam penelitian ini adalah 10,9 persen.

2. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen

Pengujian hipotesis kedua dengan menggunakan SEM dilakukan untuk menguji pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada pasca rintisan RSBI di Kota Tasikmalaya. Hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program AMOS ver 9.1. diperoleh hasil seperti yang terlihat pada Tabel berikut.

Tabel. 4. Standardized Regression
Kepuasan terhadap Loyalitas

			Estimate
LOYAL	<---	SATIS	,384
FISIK	<---	SATIS	,971
HATI	<---	SATIS	,992
HANDAL	<---	SATIS	,957
CEPAT	<---	SATIS	,965
JAMIN	<---	SATIS	,995
ULANG	<---	LOYAL	,931
SETIA	<---	LOYAL	,987
REFER	<---	LOYAL	,928

Dengan demikian bahwa pengaruh kepuasan yang terdiri dari bentuk fisik, perhatian, kehandalan, cepat tanggap, serta jaminan terhadap loyalitas konsumen

adalah positif dan signifikan sebesar 38,4 persen (dimana $t\text{-hitung} = 4,491$ lebih besar dari $t\text{-tabel} = 1,645$). Sedangkan pengaruh variabel lainnya yang tidak diuji dalam penelitian ini adalah 61,6 persen.

3. Pengaruh Tata Kelola dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen

Pengujian hipotesis ketiga dengan menggunakan SEM dilakukan untuk menguji pengaruh tata kelola dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada pasca rintisan RSBI di Kota Tasikmalaya. Hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 5. Standardized Total Effects

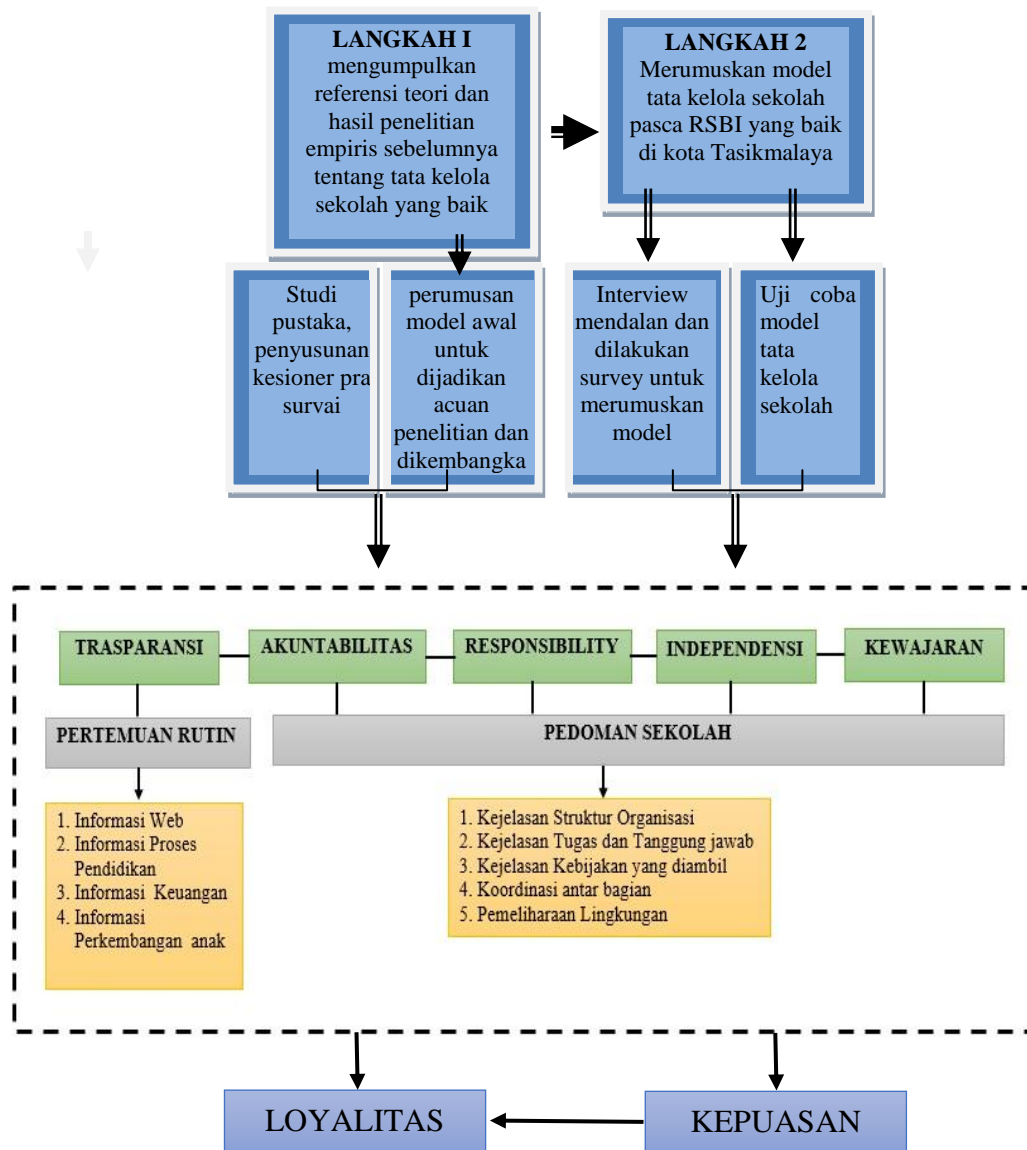
	GCG	SATIS	LOYAL
SATIS	,891	,000	,000
LOYAL	,757	,384	,000
REFER	,702	,357	,928
SETIA	,747	,379	,987
ULANG	,704	,358	,931
JAMIN	,886	,995	,000
CEPAT	,860	,965	,000
HANDAL	,852	,957	,000
HATI	,884	,992	,000
FISIK	,865	,971	,000
TRANS	,989	,000	,000
AKUN	,921	,000	,000
RESP	,980	,000	,000
INDEN	,974	,000	,000
WAJAR	,976	,000	,000

Dengan demikian bahwa pengaruh tata kelola dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung adalah positif dan signifikan sebesar 75,7 persen. Sedangkan pengaruh faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini sebesar 24,3 persen.

Dari hasil pengujian menunjukkan koefisien yang bertanda positif yang memberikan makna semakin baik pelaksanaan tata kelola dan meningkatnya kepuasan akan berdampak terhadap semakin meningkatnya loyalitas konsumen di pasca rintisan RSBI di Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata kelola yang diterapkan meliputi transparansi, akuntabilitas, responsibility, independensi, dan kewajaran memberikan pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Dengan demikian untuk meningkatkan kepercayaan konsumen diperlukan adanya model tata kelola yang baik.

Adapun model tata kelola yang baik dapat digambarkan berikut ini.



Gambar 6.1. Model Tata Kelola yang Baik Pasca RSBI

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap orang tua siswa sebanyak 300 responden di Kota Tasikmalaya dapat disimpulkan bahwa transparansi, akuntabilitas, responsibility, independensi, serta kewajaran merupakan dimensi yang sangat menentukan tata kelola sekolah dan berpengaruh

terhadap kepuasan serta loyalitas konsumen. Penerapan prinsip tata kelola pada sekolah pasca RSBI dilakukan sangat baik. Hal ini ditandai dengan mengungkapkan informasi secara tepat waktu, jelas, akurat, menetapkan tanggung jawab yang jelas, melaksanakan koordinasi dengan baik, mengambil keputusan secara objektif dan bebas dari segala tekanan dari pihak manapun, serta dapat memelihara dan melestarikan lingkungan sekolah maupun masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Baker dan Chaider, 2009. *Filantropi dan keadilan sosial*, Jakarta. CSRC.
- Albert Caruana, (2002) *"Service loyalty: The Effects of service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction"*, Emerald 36,
- Allan, 1999, "Civil Society & Public Accountability : *the Need for Active Monitoring dalam Diskusi Internasional 9-Th International Anti-Corruption Conference*, Durban, South Africa
- Ariyoto, Archon, Fung and Erik Olin Wright, 2000, *Deepening Democracy : Institutional Innovations in Empowered Participatory Governance*, The Real Utopias Project IV, London : Verso
- AsianDevelopmentBank, 1999, *Governance : Sound Development Management*,
- Cooper, Donald R, Pamela S. Schindler, 2005, *Business Research Methodes*. 7th Edition, McGraw-Hill International Edition, Boston
- Dedi Kusmayadi, 2007, Esensi Good Governance : Dalam Perspektif Kajian Teoritis, *Jurnal Akuntansi*, ISSN: 1907 – 9958. Vol.2, Nomor 1, LPPM Universitas Siliwangi
- _____, 2012 Determinasi Audit Internal dalam Mewujudkan GCG serta Implikasinya pada kinerja bank, *Jurkubang*, ISSN 1410-8089, SK NO 64a/DIKTI/kep/2010, Vol. 16, No. 2, Universitas Merdeka Malang .
- Dedi Kusmayadi dan Dedi Rudiana, 2010, Analisis Manajemen Sekolah di Tasikmalaya, LPPM Universitas Siliwangi
- Dick, A.S. and Basu K, 1997, "Customer Loyalty; Toward an Integrated Conceptual Framework" *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol 22.
- DEPDIKNAS, 2008, *Panduan Penyelenggaraan Program Rintisan SMA Bertaraf Internasional (R-SMA-BI)*, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas
- .DEPDIKNAS, 2008, *Pedoman Penjaminan Mutu Sekolah / Madrasah Bertaraf Internasional Pada Jenjang Pendidikan Dasar Dan Menengah*, Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas.
- Fandy Tjiptono, 2009, *Pemasaran Jasa*, Cetakan Pertama, Bayumedia Publishing, Malang. Halaman. 202-221
- Foster, Brian D and John W Cadogan, 2000, Relationship Selling and Customer Loyalty : *An Empirical Investigation, Marketing Intellegence and Planning*, Vol 18, No. 4.
- Gozali, I., 2005, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Undip Semarang.

- Hair, Joseph F. Jr, Ralph E. Anderson, Ronald L. Tatham, William C Block, 2002, *Multivariate Data Analysis*, 8th Edition, New Jersey : Prentice Hall. Inc
- Jensen, Michael C. dan W.H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3. hal. 305-360.
- Johnsons, Michael D., George Nader, and Clael Fornell, 1996: Expectations, Perceived Performance, and Customer Satisfaction for a Complex Service, *Journal of Economic Psychology*, Vo. 17, 163-182
- Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance. 2006. *Pedoman Good Corporate Governance Perbankan Indonesia*. Jakarta : KNKCG 2006
- Kotler, Philip and Keller, 2009 Marketing Management
- Levesque and McDougall (1998), *Organizational Behavior*, 7th edition, New York, McGraw Hill
- Naser and Moutinho, 1997, *Organizational Behavior: Human Behavior at Work*. Ed. 10, New York, McGraw Hill Co,panies Inc
- Oliver, Richard L., 1997, *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer*, Boston: McGraw-Hill.p.189-211
- Solomon, J and Solomon A, 2004, *Corporate Governance and Accountability*, England, John Willey & Son, Ltd.
- Supranto,J., 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*,Rineka Cipta, Jakarta
- Westbrook, Robert A, 1981, Sources of Customer Satisfaction with Retail Outlets, *Journal Of Retailing*, 57 (Fall) 68-85
- Zeithaml, Valarie A, Mary Jo Bitner, 2004, *Services Marketing*, The McGraw – Hill Companies , Inc .p.20-28
- Zhuang, 2000, *Corporate Governance and Finace in East Asia: A Study of Indonesia, Republik of Korea, Malaysia, Philippines, and Thailand*, Asian Development Bank.